

0-497366

На правах рукописи

Мей

ЧЕРВОВА НАТАЛЬЯ ВЛАДИМИРОВНА

**ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ РЫНКА
БЫТОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ
(на примере Хабаровского края)**

**08.00.05 – экономика и управление народным хозяйством
(экономика, организация и управление предприятиями, отраслями,
комплексами – сфера услуг)**

**АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук**

Хабаровск – 2012

Работа выполнена в ФГБОУ ВПО «Тихоокеанский государственный университет»

Научный руководитель: доктор экономических наук, профессор
Третьяков Михаил Михайлович

Официальные оппоненты: Симоненко Николай Николаевич
доктор экономических наук, профессор
ФГБОУ ВПО «Комсомольский-на-Амуре
государственный технический университет»,
кафедра экономики и финансов,
заведующий кафедрой

НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА КФУ



0000741329

Береговых Татьяна Викторовна
кандидат экономических наук,
ФГБОУ ВПО «Тихоокеанский государственный
университет» кафедра финансы, кредит
и бухгалтерский учет, доцент

Ведущая организация: Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Хабаровская государственная академия
экономики и права»

Защита состоится « 17 » мая 2012 года в 16-00 часов на заседании диссертационного совета Д 212.294.03 при ФГБОУ ВПО «Тихоокеанский государственный университет» по адресу: 680035, г. Хабаровск, ул. Тихоокеанская, 136, ауд. 315 л.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ФГБОУ ВПО «Тихоокеанский государственный университет».

Автореферат разослан « 5 » апреля 2012 года.

Ученый секретарь
диссертационного совета

Владимир Александрович Федоров

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Начиная со второй половины XX века происходят серьезные перемены в экономической жизни общества. Одной из наиболее важных тенденций стало опережающее развитие сектора услуг. В настоящее время в странах с развитой экономикой доля сектора услуг в валовом внутреннем продукте составляет около 70% и продолжает неуклонно расти.

Бытовое обслуживание населения – это часть сектора услуг, одна из важных сфер хозяйственно-экономической деятельности человека, связанная с созданием новых, ремонтом и модернизацией уже существующих товаров и удовлетворением вновь появляющихся бытовых потребностей, выполняемая по индивидуальным заказам населения.

В настоящее время в связи с ростом благосостояния и дефицитом свободного времени у работающего населения, актуальность услуг бытового характера возрастает, так как они позволяют высвободить свободное время для отдыха, саморазвития и общения с окружающими. Потребности населения в бытовых услугах являются остро необходимыми. Бытовые услуги позволяют удовлетворять эти потребности, они дополняют перечень предметов первой необходимости. Поэтому с уверенностью можно отметить социально-экономическую значимость сферы бытовых услуг и её прямую связь с задачей повышения качества жизни населения. Состояние сферы бытовых услуг – это своеобразный индикатор уровня социально-экономического развития общества.

В разные периоды времени наше государство уделяло данной сфере деятельности различное внимание. В период плановой экономики – это была крупная, технологически оснащенная отрасль народного хозяйства, поддерживаемая государством, на благо которой работали специализированные научные институты. В переходный период крупные предприятия службы быта закрылись, не сумев приспособиться к жестким реалиям рынка. Основу возрождения данной сферы деятельности составил малый бизнес, который оптимально адаптировался к рыночным условиям. Однако, необходимо отметить, что рынок позволяет активно развиваться услугам, рассчитанным на высокодоходные сегменты потребителей, при этом, без внимания остаются интересы малообеспеченных слоев населения. В связи с этим актуален вопрос разумного вмешательства государства в регулирование процессов, происходящих на рынке бытового обслуживания населения.

Все изложенное выше, а так же недостаточность современных научных

исследований, посвященных бытовому обслуживанию и его развитию в условиях рынка, обуславливают актуальность и практическую значимость представленной темы диссертационного исследования.

Цель исследования заключается в разработке предложений по формированию, регулированию и развитию рынка бытового обслуживания населения в Хабаровском крае.

В соответствии с выдвинутой целью исследования были сформулированы следующие задачи:

- 1) уточнить сущность бытовых услуг как экономической категории и провести их классификацию;
- 2) охарактеризовать этапы формирования и развития сферы бытового обслуживания населения в России;
- 3) выявить особенности, условия, факторы и основные тенденции в развитии бытового обслуживания населения в условиях современного рынка;
- 4) рассмотреть методы государственного регулирования рынка бытового обслуживания населения;
- 5) проанализировать состояние рынка бытового обслуживания населения Хабаровского края, определить особенности и факторы, влияющие на его развитие;
- 6) выявить основные проблемы в развитии рынка бытового обслуживания населения Хабаровского края;
- 7) разработать рекомендации по развитию сферы бытового обслуживания населения.

Объектом исследования является рынок бытового обслуживания населения Хабаровского края.

Предмет исследования – организационно – экономический механизм функционирования рынка бытового обслуживания населения Хабаровского края.

Теоретической и методологической основой исследования послужили работы российских и зарубежных авторов, таких как Ф. Котлер, Т.Д. Бурменко, Н.Н. Даниленко, Т.А. Туренко, Маркова В.Д., Маслоу А., Песоцкая Е.В., Стаханов В.Н., Стаханов Д.В. и др. Проблемы организации бытового обслуживания и механизм регулирования данной сферы нашли отражение в работах В.И. Дмитриева, Л.А. Боброва, Н.В. Гукова, А. И. Горанина, В.Н. Соловьева, И.М. Шатаева, Т.И. Корягиной, Г.А. Низовцева, Н. Панкратьева, Н.А. Платоновой, М.Г. Розе, М.Б. Россинского, В.В. Семенова, В.И. Таланцева, И.Н. Томоховой, Ш. Я. Турецкого, О.М.Тишиной, В.В. Юхименко и др. В работе использовались

данные Госкомстата Российской Федерации, министерства пищевой промышленности и потребительского рынка Хабаровского края, министерства экономического развития Хабаровского края, а также нормативно-правовые акты органов власти и управления федерального, регионального и муниципального уровней, ресурсы сети Интернет, материалы научно-практических конференций, сведения статистической отчетности предприятий бытового обслуживания населения РФ, Хабаровского края.

Для решения поставленных задач были использованы общенаучные методы экономического описания, структурного и ситуационного анализа, сравнения, группировок, экспертных оценок. При обосновании рекомендаций для внедрения учитывались действующее законодательство и нормативная база, регулирующие деятельность предприятий службы быта.

Основные результаты и защищаемые положения:

- уточнено понятие «бытовые услуги», на его основе сформулированы определения: «сфера бытового обслуживания населения», «рынок бытового обслуживания населения»;
- обобщены существующие признаки классификации бытовых услуг, что в свою очередь, позволило выделить новые признаки;
- исследована структура рынка бытового обслуживания населения, определены особенности и выявлены факторы, влияющие на его развитие;
- на основе анализа состояния рынка бытового обслуживания населения в Хабаровском крае, определены основные тенденции и проблемы в его развитии, обоснована группировка административно-территориальных образований Хабаровского края с точки зрения перспектив развития рынка бытовых услуг (высоко перспективные, условно-перспективные, неперспективные);
- установлены пробелы в нормативно-правовой базе, регулирующей деятельность в сфере бытового обслуживания населения, препятствующие развитию рынка бытового обслуживания населения;
- разработана типовая структура центра бытового обслуживания, основанного на использовании дистанционного труда работников, предложены схемы взаимодействия заинтересованных сторон при заключении с работниками различных видов договоров;
- показана возможность реализации на практике предложенной в первой главе классификации бытовых услуг на социально значимые и престижные

ные (среднего и высшего уровня), обосновано категорирование организаций, оказывающих престижные виды бытовых услуг по пошиву швейных изделий;

- обоснованы варианты размещения центров бытового обслуживания населения с учетом группировки городов и районов Хабаровского края с точки зрения перспектив развития рынка бытового обслуживания населения.

Научная новизна исследования заключается в следующем:

- определены новые классификационные признаки бытовых услуг: по возможности прогнозирования спроса (бытовые услуги прогнозируемого и вероятностного спроса); по степени социальной значимости (бытовые услуги социально значимые и престижные, последние в свою очередь подразделяются на уровни: высший и средний);

- сформулировано определение «престижная бытовая услуга» - это услуга сферы бытового обслуживания, направленная на удовлетворение повышенных потребностей человека в поддержании санитарно-гигиенического, эмоционального состояния или потребностей по изготовлению новых изделий, обладающих улучшенным качеством;

- выделены основные этапы в формировании и развитии сферы бытового обслуживания населения в России с учетом факторов макросреды, преобладающих форм собственности и социально-экономических задач государства;

- предложен порядок ценообразования для предприятий высшей категории на основе применения разработанного перечня динамических коэффициентов.

Практическая значимость проведенного исследования. Применение разработанной типовой структуры центра бытового обслуживания (ЦБО), основанного на использовании дистанционного труда, позволит повысить конкурентоспособность и ценовую доступность оказываемых услуг, а также положительно скажется на общей эффективности работы предприятий, действующих на рынке бытовых услуг. Использование категорирования предприятий по пошиву швейных изделий будет способствовать усилению конкуренции среди исполнителей и лучшей информированности потребителей об уровне качества и цен на оказываемые услуги. Реализация рекомендаций по размещению ЦБО в местах компактного проживания различных социальных групп позволит более плодотворно удовлетворять потребности населения в услугах бытового характера, оказывать адресную помощь социально незащищенным слоям населения и предприятиям, оказывающим социально значимые бытовые услуги.

Апробация результатов исследования и практическое внедрение. Основные положения работы были представлены и обсуждались на международных и региональных научно-практических конференциях, в том числе «Особенности роста и развития региональных социально-экономических систем» (Пенза, 2009), «Экономика и управление: проблемы развития» (Волгоград, 2009), «Проблемы инновационного и экономического роста в условиях кризиса» (Хабаровск, 2010), «Организационно-экономическая модернизация национальной экономики на Востоке России» (Хабаровск, 2011). Результаты исследования изложены в 9 научных публикациях общим объемом 3,15 п. л.

Объем и структура работы. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников. Основной текст изложен на 172 страницах и включает в себя 16 рисунков и 45 таблиц. Список использованных источников включает 112 наименований. В дополнение к основному тексту работы представлено 6 приложений.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обоснована актуальность темы диссертационного исследования, сформулированы его цель и задачи, определены объект и предмет, методологические основы и используемые методы, отражены результаты исследования, их научная новизна и практическая значимость.

В первой главе «Теоретические основы функционирования рынка бытового обслуживания населения» исследована экономическая сущность бытовых услуг, рассмотрены точки зрения различных авторов по данному вопросу, сформулировано авторское определение понятия «бытовые услуги» и производных от него понятий: «сфера бытового обслуживания населения» и «рынок бытового обслуживания населения», рассмотрена и дополнена классификация бытовых услуг, выделены этапы развития бытового обслуживания населения в России, изучены особенности, описаны субъекты, выявлены факторы, влияющие на конъюнктуру рынка бытового обслуживания.

Бытовые услуги, по мнению автора — это отдельные виды полезной производственной и непроизводственной деятельности (по созданию новых, ремонту и модернизации существующих товаров, оказанию нематериальных услуг и удовлетворению вновь появляющихся потребностей), выполняемые по индивидуальным заказам населения и организаций, направленные на удовлетворение личных (ма-

териальных и духовных) хозяйственно-бытовых потребностей людей, оказываемые как организованными, так и неорганизованными субъектами рынка.

Существующие классификации бытовых услуг было предложено объединить в три укрупненные группы: по содержанию услуги, по характеру спроса на услуги, по процессу оказания услуги с целью упорядочения изучения видов бытовых услуг. Предложены новые признаки классификации бытовых услуг: 1) по возможности прогнозирования спроса: прогнозируемого и вероятностного спроса (используя математические методы можно прогнозировать спрос на отдельные виды бытовых услуг для планирования потребности в ресурсах для их оказания); 2) по степени социальной значимости: социально значимые и престижные, последние подразделяются на средний и высший уровни (табл. 1).

Таблица 1

Примеры некоторых престижных и социально значимых бытовых услуг

Группа бытовых услуг	Социально значимые	Престижные
Банные услуги	Услуги бани, душа	Услуги сауны, водно-оздоровительного комплекса
Парикмахерские услуги	Услуги парикмахерской	Услуги салона красоты
Ремонт и пошив обуви	Услуги ремонта обуви	Услуги пошива обуви на заказ
Ремонт и пошив одежды	Услуги ремонта одежды	Услуги пошива модной одежды на заказ

В развитии бытового обслуживания населения в нашей стране было выделено три основных этапа (табл. 2).

Таблица 2

Этапы развития бытового обслуживания населения в России

Этапы	Характеристика	Структура управления и госрегулирование	Социальные цели
Первый этап (до 1927 г.):	Основную роль в развитии бытового обслуживания играл частный сектор		
1.1 Зарождение (до 1917 г.)	Бытовые услуги выполнялись кустарями и ремесленниками, для знати - слугами	Отсутствует	Удовлетворение потребностей в бытовых услугах состоятельных слоев общества
1.2 Формирование (1921 - 1927 гг.)	Служба быта на основе частной собственности, госпредприятия играют незначительную роль	Регулирование деятельности частных, создание сети госпредприятий	Удовлетворение насущных потребностей трудящихся в бытовых услугах
Второй этап (1928 - 1990 гг.):	Государствление бытового обслуживания населения		
2.1 Развитие (1928 - 1940 гг.)	Создание общественно-организационной службы быта с участием кооперативов. Ликвидация частных предприятий	Централизованное планирование системы БОН, развитие сети кооперативно-государственных предприятий	Удовлетворение комплексных потребностей народных масс в бытовых услугах
2.2 Свертывание (1941 - 1945 гг.)	Великая Отечественная война - объективная причина свертывания	Отсутствует	Отсутствуют
2.3 Восстановление (1946 - 1958 гг.)	Восстановление службы быта, на основе кооперации инвалидов, частной кустарной деятельности, слабая госсистема БОН	Неэффективное, т.к. предприятия БОН находились в подчинении различных министерств и ведомств	Удовлетворение растущего спроса населения на бытовые услуги
2.4 Рост (1959 - 1964 гг.)	Концентрация бытового обслуживания населения как отрасли народного хозяйства, наращивание материальной базы и приток специалистов	Минбыт РФ, республиканские министерства, которым подчиняются научные, проектные организации и предприятия службы быта	Ввод новых бытовых услуг, повышение эффективности и качества существующих услуг

Продолжение таблицы 2

Этапы	Характеристика	Структура управления и госрегулирование	Социальные цели
2.5 Ускоренный рост (1965–1980 гг.)	Централизация и специализация БОН, укрупнение предприятий, централизованное МТО, наращивание объемов услуг, развитие новых форм обслуживания	Реорганизация, создание специализированных отраслевых производственных объединений, разработка нормативов потребления услуг	Ускоренное развитие бытового обслуживания, повышение благосостояния населения
2.6 Замедление развития (1981–1989 гг.)	Самостоятельная отрасль, финансирование по остаточному принципу	Аналогична предыдущему этапу	Смена приоритетов, социальный аспект – на втором месте
Третий этап (1990 – по н.в.):	Возврат к рыночным отношениям		
3.1 Реформирование (1990 – 1997 гг.)	Перевод государственной службы быта на коммерческую основу и последующий её развал	Отмена централизованного планирования, снабжения, приватизация	Главная задача – выживание, а не социальные задачи
3.2 Возрождение (с 1998 г. по настоящее время)	Активное развитие предприятий, оказывающих бытовые услуги. Основа роста – малый бизнес.	Министерство торговли и бытового обслуживания реорганизовано в Минэкономразвития	Построение социально ориентированной экономики

Рынок бытового обслуживания имеет особенности: здесь две фазы расширенного воспроизводства: производство и потребление; услуги выполняются по социальному (индивидуальному, коллективному, общественному) заказу; результат труда работников – потребительные стоимости, имеющие и не имеющие материальной формы; спрос на часть бытовых услуг вторичен по отношению к спросу на потребительские товары (восстановление потребительских свойств товаров); малая продолжительность производственного цикла и высокая оборачиваемость капитала; невысокая производительность труда (невозможность полной замены ручного труда); динамичность рыночных процессов (влияние факторов: сезонность, реклама, мода); высокая сегментированность спроса на бытовые услуги (по доходам, ценам, субъективной оценке потребителем насущности услуги); локальный характер размещения предприятий; важная роль неценовых барьеров входа на рынок (качество обслуживания, современные технологии или ручная работа, оформление офиса, квалификация персонала, удобное размещение и т.д.); преобладание малых предприятий.

Субъектами рынка бытового обслуживания населения являются: производители (юридические лица - организации бытового обслуживания; индивидуальные предприниматели; частные лица, оказывающие бытовые услуги в неформальном секторе экономики) и потребители (частные лица, семьи, организации). Предприятия бытового обслуживания населения представлены филиалами специализированных предприятий и их приемными пунктами; франчайзинговыми сетями; сервисными комплексами (мультисервисами).

Среди факторов, влияющих на конъюнктуру рынка бытового обслуживания населения, наибольшее значение имеет ценовой фактор. Неценовые факторы делятся на факторы спроса (численность и плотность населения; уровень

доходов; наличие предметов длительного пользования в домохозяйствах; цены на новые непродовольственные товары) и факторы предложения (число предприятий бытового обслуживания населения и их размещение по территории региона; ассортимент; качество услуг; доступность ресурсов; конкуренция; для социально значимых услуг - государственная поддержка предприятий службы быта; для престижных услуг - наличие условий, создаваемых государством, способствующих развитию данной сферы деятельности).

Во второй главе «Анализ состояния и определение перспектив развития рынка бытового обслуживания населения в Хабаровском крае» отмечается, что трудности в развитии бытового обслуживания населения (БОН) создают некоторые региональные особенности Хабаровского края: природно-географические (обширность территории, сложные климатические условия и т.д.), демографические (низкая плотность населения, снижение численности жителей, концентрация населения в нескольких городах и значительное число сельских жителей и т.д.) и социально-экономические (низкий уровень доходов населения, высокий уровень цен и тарифов на товары и услуги, недостаточная развитость региона в экономическом отношении, слабая инфраструктура и т.д.). А также резкая дифференциация городов и районов Хабаровского края по уровню социально-экономического развития. Сравнение показателей, характеризующих состояние данной сферы деятельности в Хабаровском крае, ДФО и в среднем по РФ представлено в табл. 3.

Таблица 3

**Показатели развития бытового обслуживания населения
в РФ, ДФО и Хабаровском крае**

Показатели	2000	2003	2006	2008	2009
Объем бытовых услуг, млн.руб.:					
РФ	87889	152582	277873	406107	446728
Дальневосточный ФО	3262	6294	10940	15615	17503
Хабаровский край	669	1368	2330	2979	3425
Индексы физического объема бытовых услуг в сопоставимых ценах, в % к пр. г.:					
РФ	103,0	101,7	105,7	104,4	96,8
Дальневосточный ФО	92,2	104,2	102,3	105,5	101,2
Хабаровский край	69,0	103,0	105,9	100,9	103,3
Удельный вес бытовых услуг в структуре платных услуг, %:					
РФ	14,6	10,7	9,9	9,9	9,9
Дальневосточный ФО	6,2	7,6	6,6	6,7	6,6
Хабаровский край	6,2	5,7	5,0	4,7	4,8
Объем бытовых услуг на душу населения, руб.:					
РФ	607	1064	1966	2860,8	3148,0
Дальневосточный ФО	475	946	1676	2412,2	2713,0
Хабаровский край	456	956	1654	2123,5	2444,1

Источник. Составлено по данным Федеральной службы государственной статистики

Анализ выявил отставание в развитии бытового обслуживания в Хабаровском крае по сравнению со средними показателями по ДФО и РФ, и одновременно наличие потенциала для развития данной сферы деятельности в исследуемом регионе. Имеют место значительные отличия в предпочтениях среднестатистических россиян, жителей ДФО и Хабаровского края. В РФ наибольшую долю в структуре бытовых услуг имеют услуги по ремонту жилья, автосервисы и парикмахерские. В структуре бытовых услуг в крае преобладают услуги парикмахерских, автосервисов и ритуальные услуги.

Косвенные показатели эффективности работы предприятий бытового обслуживания населения в крае ниже среднероссийских значений. Основу развития рынка бытового обслуживания населения составляет малый бизнес.

Анализ размещения предприятий БОН по территории края показал, что в ряде районов, предприятий службы быта либо вовсе нет, либо они представлены отдельными видами бытовых услуг. Все города и районы Хабаровского края с точки зрения перспектив развития рынка бытового обслуживания населения и перечня выделенных критериев были поделены на группы (табл. 4).

Таблица 4

Группировка городов и районов Хабаровского края с точки зрения перспектив развития рынка бытового обслуживания населения

Название группы	Характеристика	Примеры городов и районов Хабаровского края
Высоко перспективные	Рынок бытовых услуг развивается и есть потенциал	г. Хабаровск и г. Комсомольск-на-Амуре, Хабаровский и Комсомольский р-ны, Ванинский р-н, г. Совгавань и Совгаванский р-н, г. Николаевск-на-Амуре и Николаевский р-н, г. Амурск и Амурский р-н, Бикинский р-н.
Умеренно перспективные	Требуется создание дополнительных условий для активизации развития рынка БОН	Верхнебуреинский, Виземский, им. Лазо, Нанайский, Солнечный, Охотский и Ульчский
Неперспективные	Развитие рынка затруднено в связи с объективно существующими причинами, поддержка БОН - прерогатива государства, т.е. именно оно выступает гарантом прав на достойную жизнь всего населения страны, в т.ч. и труднодоступных районов	Тугуро-Чумиканский, Аяно-Майский, им. П. Осипенко.

В результате исследования правовых основ функционирования БОН, выявлен недостаток нормативной базы, регламентирующей работу данной сферы деятельности и определяющей основы организации бытового обслуживания населения. Изучение существующей системы управления бытовым обслуживанием в крае свидетельствует о том, что регулирование затруднено, а административные органы управления выполняют в основном функцию мониторинга.

Основные проблемы в развитии рынка бытового обслуживания населения Хабаровского края: акцент на удовлетворение потребностей наиболее состоятельных слоев общества, недоступность цен на отдельные виды услуг для малообеспеченных граждан; множество нареканий на качество услуг, значительна доля услуг, оказываемых в неформальном секторе экономики; трудности в получении ресурсов, а также физически и морально устаревшее оборудование; резкие различия районов и городов края по уровню социально-экономического развития, размеру территорий, численности и плотности населения; слабо развитая сеть предприятий бытового обслуживания в сельской местности, а в некоторых районах – полное отсутствие предприятий службы быта.

В третьей главе «Разработка перспективных направлений развития сферы бытового обслуживания населения в Хабаровском крае» рассматриваются направления по совершенствованию организационно-экономического механизма формирования и развития сферы бытового обслуживания населения в Хабаровском крае. Обоснована организационная структура управления центром бытового обслуживания, основанного на дистанционном труде; предложено категорирование организаций по пошиву и ремонту швейных изделий; рассмотрены и обоснованы варианты размещения центров бытового обслуживания населения в местах компактного проживания различных социальных групп.

Развитие рынка бытового обслуживания населения требует создания новых организационных форм предприятий. В последние десятилетия акцент делался на сеть стационарных организаций, в настоящее время актуальными становятся новые формы, например, на основе дистанционной занятости. Выделяются следующие основные типы оказания услуг на основе использования дистанционной занятости работника: дистанционная занятость, сосредоточенная по нескольким местам; надомная работа; внештатная дистанционная работа; мобильная дистанционная работа; работа на расстоянии в специально оборудованном офисе. Для бытового обслуживания населения более всего подходят надомная и мобильная дистанционная работа. В отечественном законодательстве закреплена только одна из форм дистанционной занятости – надомный труд. Надомники выполняют работу низкой квалификации, они привлекаются организациями в периоды максимального спроса, когда основной штат работников не справляется. Оплата труда работодателем производится по конечному результату работы надомника. В настоящее время характер труда изменился и требует определенной квалификации и опыта работы. Все больше услуг (в т.ч. и бытовых) оказывается на дому (у

исполнителя или заказчика). К дистанционной занятости могут относиться люди, которые по каким-либо причинам не имеют возможности работать целый рабочий день (пенсионеры, женщины, находящиеся в отпуске по уходу за детьми, домохозяйки, частные лица, предоставляющие подобные услуги во внерабочее время, сельские жители в зимний период и другие категории граждан), а также те, кто не имеет организаторских способностей для открытия своего бизнеса, но при этом, является хорошим исполнителем. Предлагаем создать типовую организационную структуру центра бытового обслуживания (ЦБО) рис. 1.

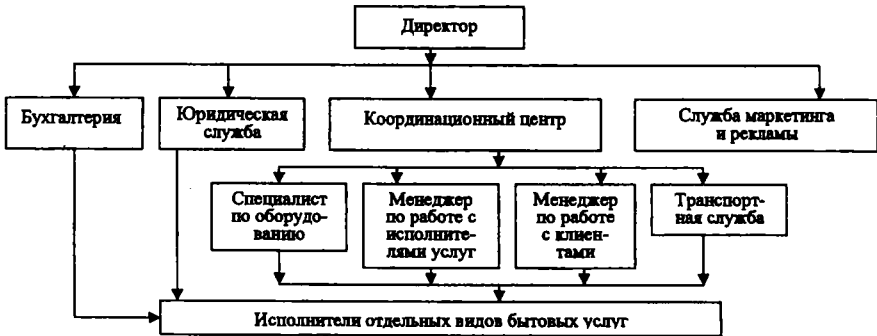


Рисунок 1 - Типовая организационная структура ЦБО, основанного на использовании дистанционного труда

Назначение данной типовой структуры: привлечение и отбор кандидатов-исполнителей, проверка документов, подтверждающих их профессиональную пригодность, а также качество оказываемых ими услуг, заключение договоров с исполнителями; создание единой базы данных об исполнителях услуг; прием и распределение заказов; рекламные функции; заключение договоров с заказчиками; возможность предоставления помещения для встречи с заказчиком при получении или выдаче заказа; возможность предоставления оборудования и транспорта исполнителям; прием оплаты заказов (рассчитанных по официальному прайс-листу) либо на предприятии от заказчика или после выполнения заказа от исполнителя согласно оплаченной квитанции; контроль качества оказанных услуг путем последующего опроса потребителей по телефону; выполнение обязательств перед исполнителями в части выплаты заработной платы, а также перед бюджетами различных уровней.

Особенностью предложенной типовой организационной структуры явля-

ется наличие координационного центра, осуществляющего взаимодействие специалистов-исполнителей и потребителей с целью согласованной и эффективной работы по формированию пакета заказов и организации процесса обслуживания. Первоначально данное предприятие может оказывать наиболее востребованные виды бытовых услуг: услуги парикмахера, визажиста; по пошиву и ремонту швейных изделий, изделий из меха и кожи; по ремонту жилья и офисов; по ремонту и сборке мебели; услуги «домашнего мастера» по мелкому ремонту; фото- и видеосъемка, обработка изображений; услуги по профессиональной уборке помещений и т.д. При изменении условий этот перечень может меняться.

Оформление трудовых отношений с работниками (исполнителями бытовых услуг) возможно в двух вариантах: договоры гражданско-правового характера (договоры подряда или возмездного оказания услуг) или трудовые договоры на выполнение бытовых услуг. В настоящее время проще заключать трудовые договоры, но со временем, при условии совершенствования законодательства, возможен переход на гражданско-правовые отношения. Предприятие подобного вида имеет ряд преимуществ (табл. 5).

Таблица 5

Преимущества ЦБО с использованием дистанционного труда

Для самого предприятия	Для работников	Для потребителей	Для государства
<ul style="list-style-type: none"> - комплексность услуг привлекает большое количество потребителей (эффект синергизма); - многопрофильность Центра позволяет ему быть более устойчивым к колебаниям спроса за счет перераспределения средств; - конкурентоспособные цены (экономия на аренде). 	<ul style="list-style-type: none"> - возможность иметь частичную занятость, найти работу; - специалисты, находящиеся в отпуске по уходу за детьми и др., не теряют квалификации, т.к. продолжают свою профессиональную деятельность в удобной форме; - позволяет исполнителям осуществлять свою профессиональную деятельность на легальной основе. 	<ul style="list-style-type: none"> - образ фирмы как незаменимого в быту помощника; - качественные услуги по доступной цене; - гарантии предприятия. 	<ul style="list-style-type: none"> - рост реальной занятости населения; - вывод нелегальной предпринимательской деятельности из тени; - увеличение налоговых поступлений в бюджеты различных уровней.

В первой главе работы была предложена классификация бытовых услуг по степени значимости для потребителя (социально значимые и престижные: высшего и среднего уровня). На практике этот подход может быть реализован в виде категорирования предприятий бытового обслуживания населения. В настоящее время действует ГОСТ Р 53108-2008 «Услуги бытовые. Классификация организаций». Данный документ представляет собой обобщенную систему показателей, позволяющих определять категории предприятий службы быта. Однако данный перечень неполон, его необходимо дополнить показателями: 1)

наличие сети приемных пунктов; 2) возможность привлечения дополнительных работников в период сезонного всплеска спроса на услуги организации; 3) назначение определенного уровня цен в соответствии с категорией предприятия.

В качестве объекта категорирования нами были выбраны организации по ремонту и пошиву швейных изделий, так как именно по этому виду услуг наиболее ярко проявляется деление на престижные (связанные с изготовлением одежды на заказ в соответствии с модой, индивидуальными предпочтениями, вкусами и запросами клиента) и социально значимые (связанные с восстановлением потребительной стоимости швейных изделий, например, ремонт одежды). Для предприятий, оказывающих услуги по пошиву и ремонту одежды в настоящий момент времени нет стандарта с четким выделением категорий, хотя этот вид услуг имеет резкую дифференциацию по качеству и цене.

Предложено выделить следующие типы и категории: дом моды (категории: высшая и первая); ателье (категории: высшая и первая); мастерская (категории не выделяются, так как здесь оказываются социально значимые услуги, связанные с восстановлением утраченных потребительских свойств).

Организации высшей и первой категорий должны соответствовать необходимым условиям отнесения организации к категории; основным требованиям (показателям со знаком «+» или количественным значениям в колонке высшей категории таблицы с перечнем показателей) и критерию балльной оценки – набрать в сумме по показателям число баллов не менее значения, установленного для конкретной категории. Мастерская должна соответствовать необходимым условиям отнесения организации к данному виду деятельности, а также обязательным требованиям стандарта и удовлетворять условию ценовой доступности.

Разработана балльная оценка категорий предприятий типа «Ателье», так как в Хабаровском крае представлен только данный тип предприятий, оказывающих престижные услуги по пошиву швейных изделий. При определении категории организации, особое внимание стоит уделить показателю «цена», так как повышенная категория свидетельствует не только о более высоком качестве оказываемых услуг, но и, соответственно, о более высокой стоимости этих услуг. «Ателье» первой категории должно устанавливать цену на среднем уровне, а ателье высшей категории может назначать более высокую цену. Для «Ателье» высшей категории цена определяется на основе средней цены на конкретный вид услуг и целого ряда повышающих динамических

коэффициентов

$$Ц_{вк} = Ц_{ср} \times K_1 \times K_2 \times K_3 \times K_4, \quad (1)$$

где $Ц_{вк}$ – расчетная цена на конкретный вид услуг предприятия высшей категории типа «Ателье», руб.;

$Ц_{ср}$ – среднерыночная цена на конкретный вид услуг, руб.;

K_1 – коэффициент, учитывающий квалификацию персонала (участие и победы в конкурсах профессионального мастерства, выставках и т.д.);

K_2 – коэффициент, учитывающий опыт работы персонала;

K_3 – коэффициент, учитывающий отзывы потребителей о работе организации;

K_4 – коэффициент, учитывающий наличие фирменного стиля в организации.

Динамические коэффициенты представляют собой показатели, значения которых изменяются в зависимости от тех или иных факторов (табл. 6).

Таблица 6

Значения динамических коэффициентов для обоснования цен на услуги предприятия высшей категории (на примере «Ателье»)

Условия оказания услуг	Значение коэффициента
1. Квалификация персонала (K_1):	
- победа в международных конкурсах профессионального мастерства;	1,35
- победа в общероссийских конкурсах профессионального мастерства;	1,30
- победа в местных и региональных конкурсах профессионального мастерства;	1,25
- участие в международных конкурсах профессионального мастерства, выставках и т.д.;	1,20
- участие в общероссийских конкурсах профессионального мастерства, выставках и т.д.;	1,15
- участие в местных и региональных конкурсах профессионального мастерства, выставках	1,10
2. Опыт работы персонала (K_2):	
- профессиональные модельеры, закройщики, швеи, имеющие стаж работы по специальности более 3-х лет (не менее 50% от численности специалистов);	1,30
- профессиональные модельеры, имеющие стаж работы по специальности более 1 года, профессиональные закройщики, швеи, имеющие стаж работы по специальности более 3-х лет (не менее 50% от численности специалистов);	1,20
- профессиональные модельеры, имеющие стаж работы по специальности более 3-х лет, профессиональные закройщики, швеи, имеющие стаж работы по специальности более 1 года (не менее 50% от численности специалистов).	1,10
3. Отзывы потребителей о работе организации (K_3):	
- положительные отзывы постоянных клиентов о работе организации;	1,25
- положительные отзывы потребителей о работе организации.	1,20
4. Наличие фирменного стиля:	
- фирменный стиль прослеживается в оформлении помещения, униформе персонала, упаковке и т.д.;	1,10
- присутствуют элементы фирменного стиля.	1,05

Максимальные значения коэффициентов определены таким образом, чтобы цена на услуги предприятия высшей категории не превышала цену на анало-

гичные услуги первой категории более чем в 2,5 раза. Применение категорирования позволит потребителям получать достоверную информацию с целью выбора лучшего для себя варианта по соотношению показателей цена-качество и активизировать добросовестную конкуренцию в отрасли.

Анализ размещения предприятий бытового обслуживания по территории Хабаровского края, проведенный во второй главе работы, выявил проблемы в дислокации организаций службы быта. Предлагается размещать центры бытового обслуживания населения в местах компактного проживания различных социальных групп.

Первый вариант - жители «Молодежных жилищных комплексов» (МЖК). Основными критериями для выделения данного сегмента стали географический и демографический (проживающие на одной территории молодые семьи с примерно одинаковым уровнем дохода, имеющие детей). Необходимо учитывать, что семьи имеют определенный жизненный цикл и соответствующие ему предпочтения в товарах и услугах, поэтому перечень услуг не может быть статичен, он должен изменяться в соответствии с потребностями семьи.

Так как в МЖК (на этапе развития – молодая семья) проживает большое количество женщин с малолетними детьми, имеющих опыт работы и определенную квалификацию, в том числе и по оказанию услуг бытового характера, желающих иметь дополнительный заработок, то возможно открытие подразделения, специализирующегося на дистанционной занятости. Проживающее здесь население сможет обеспечить и спрос, и предложение на отдельные виды бытовых услуг.

Предлагаем следующую типовую структуру подобного центра (рис. 2).

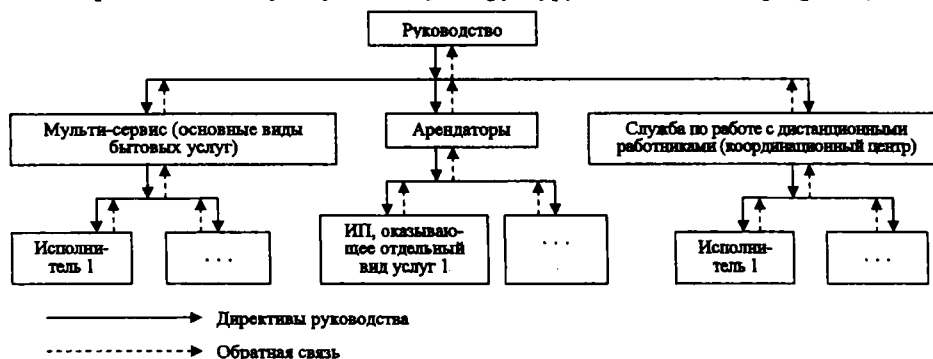


Рисунок 2 – Типовая структура центра бытового обслуживания при МЖК

Особенность данной структуры – совместное предложение услуг стационарного мульти-сервиса, дистанционных работников, и арендаторов.

Второй вариант размещения центров бытового обслуживания - при Домах ветеранов. Предлагаем следующую типовую организационную структуру подобного центра (рис. 3).

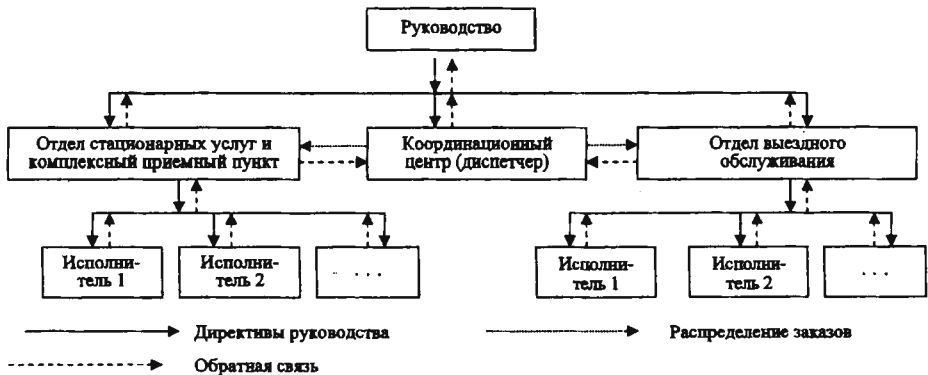


Рисунок 3 – Типовая структура ЦБО при Доме ветеранов

Особенность данной организационной структуры заключается в наличии координационного центра, распределяющего заказы ветеранов между стационарным предприятием, комплексным приемным пунктом и отделом выездного обслуживания.

Третий вариант размещения центров бытового обслуживания населения – в районных центрах. Он основывается на группировке городов и районов Хабаровского края с точки зрения перспектив развития рынка бытового обслуживания населения, проведенной во второй главе работы.

Предлагается социальные центры бытового обслуживания размещать в районных центрах с периодическим выездным обслуживанием в отдаленные населенные пункты.

Помимо задачи обеспечения населения минимальным набором социально значимых бытовых услуг, подобные центры могут выполнять еще одну функцию – повышение экономической активности сельского населения путем привлечение местных жителей для работы на данных предприятиях в период межсезонья. Можно организовать сезонную работу - оказание бытовых услуг сельскими жителями в форме дистанционной занятости, а именно - надомного труда. Они могут заниматься несложным пошивом постельных комплектов, чехлов

на мебель, изготавливать изделия народных промыслов и так далее.

Для обеспечения населения районов края (не перспективных для развития рынка бытового обслуживания населения) бытовыми услугами, необходимо создавать государственные предприятия (на первоначальном этапе развития), оказывающие населению услуги по доступным ценам в пределах норм потребления, при потреблении сверх установленных нормативов, возможно применение средних рыночных цен.

Для управления сетью социальных центров бытового обслуживания населения можно создать следующую типовую организационную структуру (рисунок 4).



Рисунок 4 - Типовая организационная структура управления сетью социальных ЦБО

Подобная структура поможет организовать процесс оказания социально значимых бытовых услуг населению районов, где нет перспектив развития рынка, оказывать адресную поддержку предприятиям и населению. На первоначальном этапе развития это могут быть государственные предприятия, в последствии, в связи с изменением условий внешней макросреды, возможен переход на частно-государственное партнерство.

В таблице 7 представлены варианты организации сети предприятий службы быта.

Распределение вариантов организации сети предприятий бытового обслуживания по городам и районам Хабаровского края, сгруппированным с точки зрения перспектив развития рынка бытового обслуживания населения

Группы городов и р-нов ХК с т.з. перспектив развития рынка БОН	Рекомендуемый вид предприятий бытового обслуживания населения	Вид собственности	Государственное регулирование
Высоко перспективные	1) Стационарные специализированные предприятия.	Частные	Господдержка малых предприятий, оказывающих социально значимые услуги (льготы: налоговые, кредитные, по аренде) и населения (дотации для удовлетворения минимальных потребностей в социально значимых услугах в пределах утвержденных нормативов)
	2) Центры бытового обслуживания (ЦБО), основанные на дистанционной занятости.	Частные	
	3) Стационарные ЦБО при:		
	-Молодежных жилищных комплексах;	Частные	
	-Торговых центрах;	Частные	
	-Крупных вузах	Частные	
	-Домах ветеранов;	Частно-государственное партнерство	
Умеренно перспективные	-Районных центрах.	Частно-государственное партнерство	Поддержка малых предприятий и населения
	Социальные ЦБО при районных центрах	Частно-государственное партнерство	
Неперспективные	Социальные ЦБО, оказывающие минимальный набор социально значимых бытовых услуг	Государственные предприятия (на начальном этапе развития)	Полное гособеспечение (на начальном этапе развития)

Подобный подход к организации сети предприятий бытового обслуживания в Хабаровском крае позволит более полно удовлетворять потребности населения в бытовых услугах.

В заключении сформулированы основные выводы и результаты по диссертационному исследованию.

Основные положения диссертации изложены в 9 публикациях

Из перечня рекомендованных ВАК

1. Червова Н.В. Сфера бытового обслуживания населения Хабаровского края: современное состояние и перспективы развития / Н.В. Червова // Вестник Тихоокеанского государственного университета. - № 2 (13). – 2009. – С. 145-152.

Прочие публикации

2. Червова Н.В. Зонирование городов и районов Хабаровского края с точки зрения перспектив развития рынка бытовых услуг / Н.В. Червова // Организационно-экономическая модернизация национальной экономики на Востоке России : материалы международной научно-практической конференции: в 2 кн. – Хабаровск : Изд-во Тихоокеан. гос. ун-та, 2011. – Кн. 2. - С. 240-243.

3. Червова Н.В. Категорирование предприятий бытового обслуживания населения / Н.В. Червова // Проблемы инновационного и экономического роста в условиях кризиса: материалы международной научно-практической конференции: в 2 т. – Хабаровск: Изд-во Тихоокеан. гос. ун-та, 2010. – Т.2 – С. 387-390.
4. Червова Н.В. Организация малого бизнеса в сфере бытового обслуживания населения путем привлечения надомного труда / Н.В. Червова // Экономика и управление: проблемы развития: Материалы международной научно-практической конференции, г. Волгоград, 25-26 ноября 2009 г.: в 3 ч. – Волгоград: Волгоградское научное издательство, 2009. – Ч.3. - С. 189-190.
5. Червова Н.В. Особенности развития сферы бытового обслуживания населения в Хабаровском крае / Н.В. Червова // Особенности роста и развития региональных социально-экономических систем: сборник статей V Всероссийской научно-практической конференции. – Пенза: РИО ПГСХА, 2009. – С. 157-159.
6. Червова Н.В. Проблемы и перспективы развития бытового обслуживания населения в Хабаровском крае / Н. В. Червова // Проблемы комплексного социально-экономического развития Дальнего Востока – Хабаровск: Изд-во Тихоокеан. гос. ун-та, 2008 г. – С. 439-444.
7. Червова Н.В. Обзор регионального рынка бытовых услуг / Н.В. Червова // Проблемы инновационного и экономического роста Дальнего Востока России. - Хабаровск: Изд-во Тихоокеан. гос. ун-та, 2007 г. – С. 311-316.
8. Червова Н.В. Социальная направленность развития системы бытового обслуживания населения / Н.В. Червова // Вестник Тихоокеанского государственного университета. - № 3 (6). – 2007. – С. 171–184.
9. Щербакова (Червова) Н.В. Формирование и развитие рынка услуг, оказываемых населению / Н.В. Щербакова (Червова) // Проблемы развития экономики Дальнего Востока: Материалы Международной научно-практической конференции: в 2 ч. — Хабаровск: Изд-во Хабар. гос. техн. ун-та, 2003. – Ч. 1. - С. 139-144.

Червова Наталья Владимировна

**ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ РЫНКА
БЫТОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ
(на примере Хабаровского края)**

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Подписано в печать 22.03.2012. Формат 60х84 1/16.
Бумага писчая. Гарнитура «Таймс». Печать цифровая.
Усл. печ. л. 1,3. Тираж 120 экз. Заказ 65.

Отдел оперативной полиграфии издательства
Тихоокеанского государственного университета
680035, Хабаровск, ул. Тихоокеанская, 136.

102